



**RANCANGAN PERKULIAHAN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Q

No. Dokumen	12-2-1.2.03.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	01 Maret 2014				

Judul Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran **Semester** : 3 **Sks** : 3 **Kode** : 84009

Dosen/Team Teaching : 1. Tafiprios, SE, MM
2. Dra. Yuli Harwani, MM

Diskripsi Mata Kuliah :

- Menjelaskan keterkaitan mata kuliah ke dalam struktur kurikulum secara keseluruhan pada prodi.
- Menjelaskan keterkaitan dengan kecirian fakultas / prodi dan atau kecirian lulusan kesarjanaaan
- Menjelaskan keterkaitan mata kuliah dengan mata kuliah lain yang menjadi

KOMPETENSI : Mampu Menjelaskan Pentingnya pemasaran, mencari peluang di Lingkungan pemasaran, menganalisis perilaku pembeli, strategi Pemasaran dan program pemasaran

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
1.	<u>Mampu Memahami kontrak perkuliahan</u> , Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan lingkup Pemasaran	Pengertian pemasaran, manajemen pemasaran, lingkup Pemasaran, Company orientations toward the market places, fundamental marketing concept, trends & tasks	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	
2.	<u>Mampu memahami Penyusunan rencana dan strategi pemasaran</u> (Developing marketing strategies And plans)	Proses penyerahan nilai, orientasi pemasaran holistik dan nilai pelanggan, peran sentral dari perencanaan strategik, perencanaan strategik dan devisi, perusahaan, unit bisnis dan produk	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
3.	<u>Mampu memahami komponen-komponen system informasi pemasaran</u> modern , proses riset pemasaran	Sistem informasi pemasaran, lingkungan makro pemasaran, sistem riset pemasaran dan proses riset pemasaran	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
4.	<u>Mampu menjelaskan pentingnya berhubungan dengan pelanggan</u> dan menganalisis pasar konsumen	Membangun nilai, kepuasan dan loyalitas pelanggan, membangun relasi pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses keputusan membeli	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5%
5.	<u>Mampu menjelaskan dan menganalisis</u> pasar bisnis	Pasar konsumen vs pasar bisnis, peserta proses pembelian bisnis, proses pembelian/pengadaan, Tahap-tahap proses pembelian, mengelola relasi pelanggan bisnis ke bisnis	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
6.	<u>mampu Mengidentifikasi</u> STP	Level dan pola segmentasi pasar, segmentasi pasar konsumen, segmentasi pasar bisnis, penetapan pasar sasaran.	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
7.	<u>Mampu mengidentifikasi pesaing</u>	Identifikasi pesaing, menganalisis pesaing, strategi bersaing untuk pemimpin pasar, penantang pasar, pengikut dan pengisi relung pasar	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
8.	UTS				20 %
9.	<u>Mampu mengidentifikasi pengembangan tawaran pasar</u> yang baru	Penataan organisasi, mengelola proses pengembangan (gagasan(, mengelola proses pengembangan (konsep hingga strategi), pengembangan hingga strategi,	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
		dan proses penggunaan konsumen)			
10.	<u>Mampu merancang</u> tawaran pasar global	Memutuskan pasara mana yang harus dimasuki, cara memasukinya, memutuskan programa pemasarannya serta organisasi pemasaran	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
11.	<u>Mampu menjelaskan strategi</u> produk dan merek	Produk dan bauran produk, keputusan lini produk, keputusan merek, pengemasan dan pelabelan	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
12.	<u>Mampu merancang dan</u> mengelolah jasa	Hakikat jasa, strategi pemasaran untuk jasa, mengelolah jasa dukungan produk	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
13.	<u>Mampu menjelaskan</u> strategi dan program harga	Menentukan harga, menyesuaikan harga, memulai dan menanggapi perubahan harga.	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
14.	<u>Mampu merancang</u> saluran pemasaran	Fungsi dan arus saluran pemasaran, keputusan rancangan saluran, keputusan manajemen saluran, dinamika saluran	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
15.	<u>Mampu mengeloah komunikasi pemasaran terpadu</u>	Mengembangkan komunikasi efektif, memutuskan bauran komunikasi pemasaran, mengelola iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung	Ceramah, diskusi, Tanya jawab, presentasi, case study	Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, aktivitas dalam kelas	5 %
16.	UAS				20 %

Daftar Pustaka :

1. Marketing Management, Kotler & Keller Person International Edition (12 e), 2006
2. Manajemen Pemasaran, Philip Kotler, edisi 11, 2005
3. Pemasaran, Lamb, Hair, Mc. Daniel, 2001

Jakarta, 01 Maret 2014	Nama Fungsi	Paraf
Dibuat Oleh	Dosen Pengampu : Tafiprios, SE, MM	
Diperiksa Oleh	Ketua Program Studi S1 Manajemen : Dr. Rina Astini, SE, MM	
Disahkan Oleh	Dekan Prof. Dr. Wiwik Utami, AK., MS, CA	
Disahkan Oleh	Dekan Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA	